



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Di subbab ini akan membahas mengenai karya sejenis dan membandingkan karya sejenis dengan karya yang penulis akan buat. Dalam tinjauan karya sejenis mengenai konsep media daring dan *Jurnalisme warga* peneliti mengacu pada tiga (3) penelitian karya sejenis antara lain *Idntimes.com*, *Kumparan.com*, dan *Kompasiana.com*.

Karya sejenis yang pertama adalah fitur jurnalisme warga di *Idntimes.com*, dalam *website Idntimes.com* terdapat laman yang dikhususkan bagi masyarakat yang tertarik untuk menjadi kontributor dalam menulis berita dengan membuat akun. Setelah mendaftarkan diri, terdapat laman akun pengguna yang terdiri dari informasi pengguna, ketentuan pengguna, panduan pengguna, serta identitas artikel jika pengguna sudah pernah menulis. *Idntimes.com* memiliki program-program menarik agar pengguna tertarik untuk menulis yaitu dengan sistem poin, hadiah dengan topik artikel tertentu, serta kompetisi menulis.

Kelebihan dari fitur *Citizen Journalism* di *Idntimes.coms* adalah fitur yang dihadirkan lengkap mulai dari menambahkan teks (*header*, *body*, *footer*), foto, video, link, sosial media, tips menulis, poin untuk menarik ketertarikan untuk menulis dan panduan-panduan dalam menulis sehingga memungkinkan penulis yang baru dapat memperelajari dengan lebih mudah. Kekurangan dari fitur *Jurnalisme warga* di *Idntimes.com* adalah tampilan

yang kurang sederhana sehingga bagi calon penulis baru membutuhkan waktu yang cukup banyak untuk memahami tampilan yang disediakan oleh *Idntimes.com*.

Dalam karya yang penulis buat bernama *Jurnalku*, dikhususkan bagi jurnalisme warga berbasis *website*, serta fitur sejenis yang akan penulis terapkan adalah tips menulis, panduan menulis, halaman lembar berita akan disediakan oleh *Jurnalku*, dalam *Jurnalku* juga mengarahkan pengguna membuat sebuah akun apabila tertarik untuk membuat sebuah berita. Perbedaan dari karya *Jurnalku* adalah fitur yang disediakan, dalam *Jurnalku* akan menyajikan fitur tingkat kepercayaan postingan dalam menilai tingkat kepercayaan terhadap berita, fitur komentar sebagai komunikasi dua arah dan fitur report berita.

Karya sejenis yang kedua adalah jurnalisme warga di *Kumparan.com*, *website Kumparan.com* tidak berbeda jauh dengan *Idntimes.com*, pengunjung yang tertarik untuk menjadi kontributor dalam menulis berita di *Kumparan.com*, *Kumparan.com* mengharuskan pengunjung untuk membuat akun, setelah membuat akun, pengguna akan dihadapkan dengan pengajuan akses menulis yang terhitung sejak 12 Juni 2018, *Kumparan.com* memberikan batasan terhadap akses untuk menulis di *Kumparan.com* sehingga pengguna yang tertarik untuk menulis harus mengisi sebuah *form google docs* untuk dimintai keterangan lebih lanjut mengenai identitas Kartu Tanda Penduduk (KTP), akun *Kumparan.com*, nomor telepon, akun media sosial antara lain: Facebook; Instagram dan Twitter, serta tipe pengguna apakah akan sekedar membaca atau menulis.

Kelebihan dari fitur jurnalisme warga di *Kumparan.com* adalah penyeleksian calon penulis yang ketat sehingga pembuat tidak bisa sembarangan menulis berita

Fitur yang terdapat dalam *Kumparan.com* dalam konsep penyeleksian akan diterapkan dalam *Jurnalku*. Namun 100% kembali kepada jurnalisme warga, *Jurnalku.id* berbasis *website* dan mengharuskan pengguna untuk membuat akun jika ingin menulis sebuah berita. Perbedaan dari karya *Jurnalku.id* adalah fitur yang akan disediakan, dalam *Jurnalku* akan panduan menulis, tips menulis, halaman lembar penulisan, tingkat kepercayaan pengguna dalam menilai kepercayaan terhadap berita, dan fitur komentar fitur report berita.

Karya sejenis ketiga adalah *Kompasiana.com*, *website Kompasiana.com* merupakan sebuah *platform* blog dan publikasi *online* yang dimiliki oleh Kompas. Setiap konten yang dipublikasi berasal dari *Kompasianer* (pengguna *Kompasiana*). Setiap pengguna yang ingin bergabung mengharuskan calon pengguna untuk mendaftar untuk dapat mengakses fitur dan layanan *Kompasiana.com*. Pengguna *Kompasiana.com* yang sudah terdaftar tidak dapat menulis apabila belum melengkapi *profile* yang terdiri dari foto *profile*, foto *cover*, keterangan *profile*, *bio*, dan domisili.

Fitur yang terdapat dalam *Kompasiana.com* sangat beragam, menjadi sebuah kekuatan tersendiri. Namun, banyaknya fitur yang tersedia menyebabkan penulis baru memerlukan waktu yang cukup lama untuk memahami fitur yang tersedia. *Jurnalku.id* memiliki kekuatan fitur *rating*

tingkat kepercayaan yang menjadikan *feedback* dari pengguna lainnya, serta tampilah yang lebih sederhana.

2.2 Teori dan Konsep Yang Digunakan

Berikut adalah teori dan konsep yang akan digunakan dalam membuat dan mengembangkan *Jurnalku.id*:

2.2.1 Jurnalisme warga

Pengertian dari jurnalisme warga merupakan kegiatan warga biasa yang bukan termasuk wartawan profesional, yang mengumpulkan fakta, data, atas sebuah kejadian kemudian menyusun, menulis, dan melaporkan hasil liputannya (Nugraha, 2012, p. xi).

Jurnalisme warga secara sederhana dapat definisikan sebagai karya jurnalistik, yang dapat menjadikan warga biasa menjadi seorang wartawan (Romli, 2014, p. 21).

Di Indonesia, jurnalisme warga sudah ada sejak 1998 oleh radio Sonora pada saat kerusuhan Mei 1998. Pada 2000, radio Elshinta memelopori jurnalis warga yang memiliki jumlah reporter mencapai 100.000 orang (Ningtyas, 2014, para. 5)

Kehadiran jurnalisme warga dianggap membantu untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, karena beragam informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat tidak akan terus dipenuhi oleh media massa konvensional. Posisi jurnalis warga saat ini dapat membantu wartawan profesional dengan memberikan

kritik atau pendapatnya, dan bahkan dapat melengkapi tulisan wartawan yang dinilai kurang lengkap (Sukartik, 2016, p. 11).

Ketika masyarakat awam tertarik untuk terjun ke dunia jurnalistik, Nugraha menyatakan bahwa orang awam tersebut harus memiliki dua hal utama yang penting, yaitu *curiosity* dan *skeptic*. *Curiosity* berarti orang tersebut memiliki keingintahuan yang cukup tinggi terhadap segala hal, sedangkan *skeptic* adalah orang yang bersikap ragu atas setiap fakta yang terjadi, namun bukan bersikap negatif melainkan tidak mudah percaya akan informasi-informasi yang didapatkan (Nugraha, 2012, p. 85).

Beragamnya informasi yang ada saat ini membuat keluasaan pada masyarakat luas untuk memilih media mana yang paling cepat mendistribusikan berita kepada khalayak. Hadirnya media sosial yang tidak dibatasi waktu dan ruang dapat digunakan oleh warga untuk menyebarkan berita, tak sedikit pers media sosial juga menyediakan ruang khusus untuk jurnalisme warga untuk membahas dan mendiskusikan isu-isu yang tengah berada di masyarakat. Dengan hal tersebut, jurnalisme warga saat ini tidak memiliki batasan dalam menyebarkan sebuah informasi (Harahap, 2015, p. 141).

Tentunya dalam hal ini penulis menyajikan platform dikhususkan bagi jurnalis warga. *Jurnalku.id* bertujuan untuk membantu mengedukasi, meningkatkan kepekaan, serta

berkolaborasi menilai dan berkomentar sebuah berita yang diunggah oleh pengguna lainnya sehingga dapat berkomunikasi dua arah.

2.2.2 User Generated Content (UGC)

Penggunaan internet menyebabkan peningkatan partisipasi dan interaksi antar pengguna internet yang digunakan untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri, konsep yang paling menonjol untuk menggambarkan perkembangan ini adalah kemampuan mengakses internet dengan menggunakan web partisipatif yang memberdayakan pengguna untuk menjadi kontributor untuk memberi peringkat, berkolaborasi, mendistribusikan konten internet, dan mengembangkan.

Karakteristik dari web partisipatif adalah pengguna dapat saling berkomunikasi. Munculnya konten yang dibuat pengguna atau dapat disebut *User Generated Content* (UGC) pada dasarnya tidak memiliki definisi yang pasti karena terus berkembang dari waktu ke waktu dan tidak ada definisi yang disepakati oleh para ahli, namun secara sederhana UGC menjadi istilah atas apa yang muncul sebagai “pembuat amatir” untuk dapat berkontribusi dalam berbagai bentuk media dan karya kreatif seperti tulisan, audio, visual, video atau gabungan dari semuanya yang dibuat oleh pengguna internet dan teknologi (Organisation for Economic Co-Operation and Development , 2007, p. 8).

2.2.3 Tahapan Membangun *Website*

Dalam membangun sebuah *website* memerlukan perancangan. Pada dasarnya terdapat enam tahapan dalam membuat *website*, yaitu (Rebecca, 2016):

1. Mendefinisikan tujuan dari proyek

Pada tahapan awal, dalam membangun sebuah *website* tentunya memerlukan tujuan dan manfaat bagi pengunjung. Pada tahapan ini penulis memiliki tujuan untuk membuat sebuah *website* yang dibangun secara khusus untuk jurnalis warga untuk menulis secara bebas, aktif dan bertanggung jawab.

Tentunya sebelum menjadikan sebuah keutuhan, membuat *website* perlu melakukan fitur dan spesifikasi apa saja yang akan terkandung didalamnya sehingga dapat memenuhi tujuan yang diinginkan. Setelah itu penulis tentunya perlu memikirkan konten yang ada didalamnya dan siapa yang akan membuat desain, gambaran umum, dan siapa pengembangnya.

2. Melakukan penelitian dan perencanaan

Pada tahapan kedua, dalam membangun sebuah web tentunya perlu melakukan penelitian dan perencanaan pengembangan di masa yang masa akan datang. Tahapan penelitian dan perencanaan dapat meliputi siapa saja yang akan mengunjungi *website*, bentuk konten seperti

apa yang akan disediakan, gambaran umum layout, dan menentukan nama *website*, server hosting, serta bahasa pemrograman apa yang akan dipakai.

3. Merancang desain

Tahapan ketiga yaitu merencanakan desain seperti apa yang akan ditampilkan kepada pengunjung. Dalam merancang desain tentunya perlu memikirkan skema warna yang cocok bagi web yang akan dibangun melalui karakter warna dan makna dari warna itu sendiri. Selanjutnya elemen visual seperti apa yang dibutuhkan yang dapat meliputi jenis *font*, bentuk tombol yang harus merepresentasikan web yang dibangun. Dalam menciptakan desain yang menarik tentunya memerlukan elemen multimedia seperti foto, video, dan audio sehingga dapat menarik pengunjung.

4. Pengembangan

Pada tahapan pengembangan ini adalah waktunya bagi programmer untuk merancang dan membangun dan menghidupkan semua perencanaan yang ada. Pada tahapan ini meliputi programmer perlu melakukan coding dengan menggunakan template atau tidak sesuai dengan kebutuhan, mengumpulkan bahasa yang cocok untuk membangun *website* bergantung pada fungsi dari bahasa pemrograman sesuai dengan apa yang sudah

direncanakan, menyediakan database, memasuki coding fitur yang sudah ditentukan, melakukan coding keamanan, serta kinerja web yang cepat saat membuka halaman.

5. *Launching*

Pada tahapan *launching* perlu melakukan pengujian dimana akan dilakukan pemeriksaan fungsionalitas, kinerja dan keamanan *website*. Pada umumnya hal ini dilakukan untuk memastikan semua hal sudah cocok dengan kebutuhan dan pengalaman yang diinginkan pengguna. Setelah melakukan pengujian maka akan ada tahapan verifikasi di mana semua yang sudah diuji akan di *hosting* dan perlu adanya pelatihan dan dokumentasi *website* agar bisa mengelola aspek dasar pemeliharaan *website*.

6. Pemeliharaan

Tahapan terakhir adalah perlunya pemeliharaan untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan. Hal yang perlu diperhatikan saat pemeliharaan adalah *support* dan *troubleshoot* yang meliputi pelayanan *hosting*, perpanjangan *hosting*, konten yang diunggah secara teratur, optimasi untuk melihat perkembangan *traffic* dengan menggunakan *search engine optimizations* (SEO).

Menghasilkan *website* dinamis berbeda dengan *website* statis, alur permintaan web akan terjadi lebih panjang. *Website* yang dinamis memiliki kelebihan untuk memudahkan pemograman untuk lebih tertata dan semuanya terjadi secara otomatis. Dalam membangun *website* yang dinamis memerlukan beberapa bahasa pemograman karena sifatnya dinamisnya yang harus diterapkan antara lain PHP, MySQL, JavaScript, CSS dan HTML5 (Nixon, 2014, p. 5).

Dalam mengerjakan tampilan, ada empat payung utama yaitu (Robbins, 2012, p. 5-10):

1. Desain

Dalam desain dibagi menjadi User Interface (UI) yang menampilkan desain halaman kepada pengunjung dan User Experience (UX) untuk menghasilkan pengalaman pengunjung dalam mengunjungi *website*. Tujuan desain adalah untuk membuat situs mudah dipahami oleh pengunjung.

2. Pengembangan

Merupakan tahap di mana memeriksa apakah fungsi sudah berjalan dengan baik atau belum. Dalam tahapan ini memiliki disiplin yang luas karena harus berhadapan langsung dengan penulisan, penataan, dan penulisan skrip di tempat yang benar sehingga tidak menghasilkan error.

3. Strategi konten

Strategi konten merupakan konten yang akan ada dalam sebuah tab halaman, nama bar, konten pesan dan lainnya yang terkandung dalam web dapat mudah dipahami oleh pengunjung. Menempatan harus ditempatkan yang disusun secara baik sehingga mudah ditemukan oleh pengunjung.

4. Multimedia

Multimedia adalah elemen suara, video, audio, animasi bahkan permainan interaktif yang ada dalam web. Multimedia ada untuk menyempurnakan tampilan.

2.2.4 Website Interaktif

Aplikasi berbasis *website* adalah sebuah aplikasi yang dapat diakses dengan jaringan internet. Aplikasi berbasis *website* lebih ringan untuk dan dapat diakses dengan cepat melalui browser dan koneksi internet atau intranet ke server. Tidak seperti aplikasi-aplikasi pada umumnya dimana pengguna diharuskan menginstal perangkat lunak atau aplikasi untuk mengakses data dan informasi. Ini berarti bahwa pengguna dapat mengakses data atau informasi apapun melalui laptop, smartphone, *personal computer* yang memiliki browser dan koneksi internet (Enjelina & Insannudin, 2016, p. 2).

Dalam pembuatan *website* interaktif tentunya perlu memiliki struktur, dalam menjalankan sebuah halaman *website* setidaknya

memiliki minimal empat elemen terpisah antara lain: HTML, style sheet, dan dua file grafik (Robbins, 2012, p. 26)

HTML (*Hyper Text Markup Language*) web browser pertama yang kini dianggap remeh. Namun perkembangan HTML dinilai revolusioner, di mana dapat menghubungkan pengguna untuk berkomunikasi secara efektif (Nixon, 2014, p. 1).

Pembuatan *website* interaktif memerlukan tampilan yang nyaman untuk dilihat, seiring dengan perkembangan teknologi, ukuran layar perangkat menjadi bervariasi, dalam hal ini desain *website* responsif akan diterapkan, dalam *website* responsif browser akan menyesuaikan ukuran layar sesuai dengan perangkat yang digunakan. Desain *website* responsif adalah strategi untuk menyediakan tata letak khusus untuk perangkat berdasarkan ukuran layar perangkat yang bertujuan untuk tata letak yang optimal (Robbins, 2012, p. 36).

Website Jurnalku.id dapat diakses melalui browser dan tentunya akan menampilkan penampilan yang menyesuaikan dengan ukuran perangkat yang digunakan seperti ponsel, *tablet* dan *desktop*. Dengan rencana penggunaan FrontEnd menggunakan HTML + CSS + JavaScript, BackEnd menggunakan PHP dengan framework CodeIgniter dan database menggunakan MySQL.

2.2.5.Jurnalisme Multimedia

Menurut Deuze terdapat dua cara definisi multimedia dalam bidang jurnalisme: pertama, menyajikan paket berita dalam *website*

menggunakan dua atau lebih format media seperti kata yang diucapkan dan ditulisan musik, gambar, video dan foto, animasi grafis, termasuk elemen interaktif dan hiperteksual; kedua, terintrigasi aktivitas presentasi paket berita melalui media yang berbeda seperti *website*, grup berita, usenet, email, SMS, MMS, radio, televisi, teleteks, surat kabar, dan majalah (Deuze, 2004, p. 139-140).

Dalam *website Journalku.id* akan menerapkan definisi pertama, yaitu menyajikan paket berita di *website* yang menggunakan beragam media, fitur media yang disediakan berupa teks, foto (dengan format .jpeg, .img, dan .png), video (dengan format .mp4 dan .mov) dan audio (dengan format .mp3 dan .wav). Dalam menerapkannya pada *jurnalis warga*, penulis mengharuskan mengunggah teks dan salah satu elemen pendukung multimedia.

2.2.6 Desain Website Responsif

Desain *website* responsif merupakan pendekatan pengembangan *website* yang menciptakan perubahan dinamis pada tampilan situs web, bergantung pada ukuran layar dan orientasi perangkat yang digunakan untuk melihatnya (Schade, 2014, para. 1).

Dalam desain yang responsif halaman melakukan perombakan saat viewport menyempit dan melebar sesuai dengan ukuran layar, desain responsif ini muncul sebagai cara yang untuk memberikan akses informasi yang sama kepada semua pengguna dengan beragam perangkat (Schade, 2014, para. 4).

Website responsif ini tentunya akan diterapkan sehingga dapat menghasilkan tampilan yang nyaman bagi pengunjung yang akan membaca dan menulis.

2.2.7 Pola Membaca Pengunjung *Website*

Dalam membaca, tentunya pembaca akan membaca dari atas kebawah. Namun, Alex Bigman menjelaskan, terdapat dua pola membaca pengunjung web yaitu pola F dan pola Z. Pola ini berlaku pada *website* yang membaca dari kiri ke kanan (Bigman, 2019, para. 6).

Pola F, berlaku untuk halaman tradisional teks yang berat seperti artikel, atau postingan blog. Seorang pembaca memindai ke sisi kiri halaman, mencari kata kunci yang menarik dalam judul selaras kiri atau kalimat topik awal, kemudian berhenti membaca (ke kanan) ketika dia menemukan sesuatu yang menarik, hasilnya terlihat seperti huruf F atau E atau sesuatu dengan bar yang lebih horizontal.

Pola Z, untuk jenis halaman lain, seperti iklan atau situs web, dimana informasi tidak harus disajikan dalam paragraf blok. Mata pembaca pertama-tama memindai di bagian atas halaman, tempat informasi penting mungkin ditemukan. Kemudian menembak ke sudut yang berlawanan pada diagonal dan melakukan hal yang sama dibagian bawah halaman (Bigman, 2019, para. 7).

Pola pembaca dengan pemindaian berbentuk F, tidak cocok diterapkan untuk bisnis. Karena kata dan kalimat akan melewati konten yang berada di sisi kanan halaman (Pernice, 2018, para. 15).

Terkait pola pemindaian pembaca dalam *website*, *website Jurnalku.id* merupakan *website* yang menjadi platform warga untuk menulis dan membaca, tentunya penulis akan menerapkan kedua pola F dan Z sesuai dengan porsi yang sesuai. Dalam halaman *login*, *timeline*, *profile* penulis akan menerapkan pola Z yang akan

didominasi oleh teks yang inti dan gambar sedangkan dalam halaman syarat dan ketentuan, tata cara penulisan, lembar penulisan berita dan postingan berita akan diterapkan pola F yang didominasi oleh teks.

2.2.8 Kriteria Desain *Website* yang Baik untuk Seluler

Terkait dengan data We Are Social, perkembangan trafik internet di Indonesia selama lima tahun belakang per Januari 2016 hingga Januari 2020 berkembang pesat; pada tahun 2016 dengan total 88,1 juta pengguna internet, 25% mengakses melalui seluler (Kemp, DIGITAL 2016: INDONESIA, 2016); pada tahun 2017 dengan total 132,7 juta pengguna internet, 47% mengakses melalui seluler (Kemp, 2017); pada tahun 2018 dengan total 132,7 juta pengguna internet, 47% mengakses melalui seluler (Kemp, 2018); pada tahun 2019 dengan total 150 juta pengguna internet, 53% mengakses melalui seluler (Kemp, 2019); pada tahun 2020 dengan total 175,4 juta pengguna internet, 54,6% mengakses melalui seluler (Kemp, 2020).

Berdasarkan data di atas, peluang *Jurnalku.id* akan lebih besar diakses dari perangkat *mobile*, sehingga hal tersebut menjadikan penulis untuk mempersiapkan desain *website* yang nyaman ketika ditampilkan dalam perangkat *mobile*.

Tentunya dalam mengoptimalkan *website* yang ramah seluler tentunya memerlukan desain yang nyaman untuk dilihat melalui browser yang ada diseluler pengguna.

Terdapat beberapa strategi berbeda untuk mendapatkan sebuah situs web yang ramah seluler, dan salah satunya adalah dengan menggunakan desain responsif, yang berarti ketika layar berubah konten menyesuaikan dengan ukuran layar (Quicksprout, 2019, para. 28).

Dalam Quicksprout (Quicksprout, 2019, para. 32) terdapat 14 tips untuk membuat *website* yang ramah seluler yaitu:

1. Install tema responsif
2. Sederhanakan menu
3. Lembar formulir yang singkat
4. Tampilkan *call to action* secara jelas dan terlihat
5. Sertakan fitur pencarian
6. Mempermudah pengguna mengakses layanan pelanggan
7. Ukuran yang sesuai
8. Menghilangkan pop-up
9. Hindari teks yang terlalu besar
10. Pilih font yang tepat
11. Prioritaskan kecepatan
12. Lebar yang diatur dalam bentuk persentase
13. Menggunakan *media queries* untuk membuat web yang responsif
14. Menggunakan Accelerated Mobile Pages (AMP)

Tentunya tips desain *website* khusus seluler tersebut akan diterapkan dalam *website Jurnalku.id*.

2.2.9 Warna dan Dampak Emosi yang dihasilkan

Dalam sebuah desain *website* tentunya memerlukan pewarnaan yang cocok dan sesuai. Berdasarkan penelitian warna yang dilakukan berabad-abad, melihat karya seni menimbulkan rasa tertentu, dan kemampuan untuk memanipulasi emosi (Cao, Zieba, Stryjewski, & Ellis, 2015, p. 8).

Singkatnya warna dibagi menjadi warna hangat dan warna dingin. Warna hangat lebih merangsang, sedangkan dingin lebih menenangkan. Dalam bukunya Jerry Cao dan teman-temannya menjelaskan beberapa emosi yang ditimbulkan oleh warna utama, yaitu (Cao, Zieba, Stryjewski, & Ellis, 2015, p. 8-14):

1. Merah

Warna yang paling merangsang, digunakan untuk menarik perhatian dan meningkatkan arti tanda bahaya. warna yang berenergi untuk melambangkan kekuatan, dan anak muda. Namun warna merah menjadi keliru ketika ditampilkan untuk situs yang santai.

2. Oranye

Mempertahankan sifat energi warna merah. Namun membuat sedikit lebih tenang, yang menunjukkan keceriaan dan kesenangan.

3. Kuning

Warna kuning memiliki beragam arti bergantung pada gradasi terang atau gelapnya, namun secara umum

biasanya panas dan energik. Kuning cerah sangat menstimulasi, warna tengah ramah dan warna gelap seperti emas memberikan suasana kuno dan abadi.

4. Hijau

Hijau merupakan campuran energi dan relaksasi yang menyenangkan. Biasanya menandakan pertumbuhan positif dan dalam budaya barat melambangkan uang dan lingkungan.

5. Biru Muda

Warna biru muda memiliki sifat ramah dan mengundang tetapi juga aman.

6. Biru Gelap

Menghasilkan sifat menenangkan, tetapi cenderung lebih suram dan dapat diandalkan daripada biru muda, warna ini lebih bersahaja yang disukai oleh perusahaan yang dikenal karena profesionalisme.

7. Ungu

Warna yang memunculkan sensasi mewah, dan mungkin kemunduran. Ungu terang yang memancarkan romansa, sedangkan yang lebih gelap mewakili kemisteriusan.

8. Hitam

Merupakan warna yang paling kuat dari semua warna, sehingga kerap digunakan sebagai warna teks. Warna hitam mendukung warna lain yang digunakan di

sekitarnya. Sehingga menciptakan perasaan kekuatan dan kecanggihan.

9. Putih

Warna putih memberikan suasana bersih, murni dan kebajikan. Sebagai warna yang menarik perhatian dan merangsang dan cocok sebagai warna pendukung.

10. Abu-abu

Memberikan kesan netral.

Logo *Jurnalku.id* memiliki dua warna yaitu biru dan kuning. Sesuai dengan maknanya, warna biru agar memberi kesan ramah dan mengundang bagi jurnalis warga, sedangkan warna kuning melambangkan emosional dan semangat yang energik dalam menulis sebuah berita.

Gambar 2.1 Logo *Jurnalku.id*



Sumber: Dokumen Pribadi

Jika dilihat lebih dekat, terdapat gambar buku, penanda buku, dan tempat pulpen. Buku dan tempat pulpen memiliki makna bahwa setiap jurnalis tidak akan pernah luput dengan catatan untuk mencatat hal-hal penting sehingga tidak ketinggalan informasi penting, sedangkan penanda buku maknai sebagai buku tersebut berisikan informasi-informasi penting.

Gambar 2.2 Detail logo *Jurnalku.id*



Sumber: Dokumen Pribadi

2.2.10 Membuat *Website* Dinamis

Pada dasarnya terdapat dua jenis utama *website*, yaitu statis dan dinamis. Dalam situs statis biasanya ditulis dalam HTML biasa dan yang apa yang ditampilkan dalam bahasa pemrograman adalah apa yang ditampilkan kepada pengguna, sedangkan situs dinamis adalah situs yang ditulis menggunakan bahasa pemrograman seperti

PHP, ASP, JSP atau Coldfusion, konten dipanggil oleh bahasa tersebut dari database bergantung pada tindakan yang dipilih oleh pengguna (Spiderwriting, 2013, para. 1-3).

Website Journalku.id akan menerapkan *website* yang dinamis, karena dalam *Journalku.id* merupakan platform yang memerlukan beragam tindakan yang akan dipilih oleh pengguna seperti fitur login yang memerlukan database, fitur lembar penulisan yang akan diunggah oleh pengguna, fitur rating artikel dan akun, fitur komentar, dan lain sebagainya yang membutuhkan *website* yang dinamis.

2.2.11 Metode Verifikasi

Jurnalisme tentunya harus menyajikan informasi yang akurat, tidak terkecuali sebagai *jurnalis warga* perlu memiliki prinsip yang sesuai, sehingga berita yang disajikan tidak menyimpang. Dalam bukunya, Satrio Arismunandar elemen jurnalisme yang disebutkan oleh Kovach dan Rosenstiel berkembang yang sebelumnya Sembilan menjadi 10 elemen jurnalisme, berikut kesepuluh elemen jurnalisme tersebut (Arismunandar, 2009, p. 1-4):

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran.
2. Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada warga.
3. Esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi.
4. Jurnalis harus tetap independen terhadap pihak yang mereka liput.

5. Jurnalis harus melayani sebagai pemantau independen terhadap kekuasaan.
6. Jurnalis harus menyediakan forum bagi kritik mau pun komentar dari publik.
7. Jurnalisme berupaya membuat hal yang penting itu menarik dan relevan.
8. Jurnalisme harus menjaga beritanya komprehensif dan proporsional.
9. Jurnalis memiliki kewajiban untuk mengikuti suara nurani mereka.
10. Warga juga memiliki hak dan tanggung jawab dalam hal-hal yang terkait dengan berita.

Bangkitnya *jurnalisme warga* akan membantu untuk lebih didengarkan, siapa pun dengan kemampuan menulis berita akan memberikan suara yang baru kepada orang-orang yang merasa tidak bersuara dan kata-katanya yang perlu didengar, sehingga, *jurnalis warga* dapat membantu memicu kebangkitan gagasan, dari yang merasa terancam hingga menghasilkan warga yang berpengetahuan, dan jika *jurnalisme warga* melakukannya dengan benar (Gillmor, 2004, p. xviii).

Dalam upaya melakukan verifikasi sehingga, dapat menjadikan web yang dapat dipercaya, penulis memberikan ide untuk mendidik calon penulis dan upaya verifikasi dalam beberapa bentuk yang akan diterapkan antara lain:

1. Mengedukasi calon penulis dengan memaparkan elemen-elemen penting dalam jurnanisme dalam bentuk tutorial, sehingga calon penulis dapat memahami pentingnya berita yang aktual.
2. Memaparkan komponen apa saja yang ada dalam sebuah berita, dengan menyajikan 5w+1H (*what, who, when, where, why, dan how*) dalam lembar penulisan yang wajib diisi oleh penulis serta memberikan dokumen dukungan berupa video, foto dan atau audio.
3. Menghadirkan fitur yang terkoneksi dengan google *fact check* pada setiap postingan yang diberitakan oleh penulis.
4. Memberikan fitur komentar dan tingkat rating kepercayaan terhadap suatu berita pada sebuah berita. Sehingga, pengguna dapat membaca lebih jeli dan melihat kualitas berita yang disediakan oleh pengguna akun lainnya. Dari tingkat rating kepercayaan berita, dapat diakumulasikan menjadi rating pengguna akun dari setiap berita yang ditulisnya.
5. Melakukan verifikasi akun menggunakan identitas KTP dan foto bersama KTP seperti yang dilakukan oleh Kumparan dalam memilah calon penulis.
6. Memberikan batasan pada pengguna akun yang belum terverifikasi, akun yang belum terverifikasi tidak dapat

menulis berita, dan hanya dapat membaca dan memberikan tanggapan berupa komentar dan memberikan rating tingkat kepercayaan.

2.2.12 Teori Dialog dalam *Website*

Teori dialog merupakan prinsip komunikasi yang dikembangkan untuk memfasilitasi interaksi antar dua orang dan atau di antara sekelompok kecil individu. Dialog bukan percakapan biasa dan narsisme yang dipertukarkan dalam media sosial. Namun, komunikator dialog berkomitmen untuk terlibat dalam interaksi yang lebih menantang, bermakna dan perlu menerima pelatihan dalam teori dan teknik dialogis. Sehingga, dapat menggunakan dialog secara efektif (Kent, 2017, p. 4).

Dalam jurnal teori dialog, Kent dan Taylor pada tahun 1998 mengemukakan dialog dalam situs web berpotensi menambahkan informasi, responsif dan berbagai strategi lain dapat digunakan untuk membuat pengunjung situs merasa dihargai dan lebih bersedia untuk terlibat dengan organisasi tentang masalah-masalah penting (Kent, 2017, p. 10).

2.2.13 Tata Cara Penulisan Tutorial

Hal yang paling utama ketika ingin menulis tutorial ialah harus memiliki ide, ide tersebut haruslah sesuatu yang dikuasai oleh calon penulis dan harus merasa percaya diri ketika menawarkan saran yang baik. Tentunya dalam menulis sebuah tutorial

memerlukan topik yang spesifik. Sehingga, topik tersebut dapat dijelaskan secara mendetail (Tom, 2011, para. 1-2).

Menurut Smith idealnya terdapat tiga hal yang harus diperhatikan ketika ingin menulis sebuah tutorial, namun ia menyebutkan bahwa artikel *online* akan lebih baik tidak hanya melalui tulisan, namun juga menyertakan banyak gambar dan atau video untuk membantu, Smith menyebutkan terdapat lima kunci untuk membuat sebuah tutorial yaitu (Smith, 2011-2017):

1. Harus membantu

Tutorial harus membantu, jika tidak maka orang tersebut tidak akan melanjutkan lagi untuk membaca.

2. Harus menarik

Tutorial bukan hanya untuk membantu, hal tersebut bukan berarti orang tersebut akan terus membaca hingga akhir. Namun, tutorial juga perlu dibuat lebih menarik. Sehingga, pembaca terdorong untuk membaca lebih lanjut.

3. Harus mudah untuk dipraktikkan

Tentunya dalam membuat sebuah tutorial, tentunya harus sangat mudah untuk dipraktikkan, dan harus dituliskan dalam tahapan yang jelas dan menjelaskan secara beruntutan atau satu per satu.

4. Menyertakan banyak gambar

Meski dalam menjelaskan sesuatu dengan sangat rinci dengan kata-kata, tentunya apabila menggunakan gambar akan lebih membantu pembaca untuk memahami apa yang dibicarakan.

5. Apabila mungkin, cantumkan video

Video tentunya lebih baik dari pada gambar, jika diberikan kesempatan untuk menghadirkan tutorial video, orang akan lebih memilih menonton untuk melakukan sesuatu dari pada membaca.

Penulisan tutorial ditujukan sebagai alat penulis untuk memandu calon penulis dalam menggunakan web *Jurnalku.id* yang akan disediakan halaman khusus tutorial. Sehingga, calon penulis dapat memahami fitur apa saja yang ada dalam web *Jurnalku.id*.

2.2.14 Memanfaatkan Google Analytics Sebagai Informasi Trafik

Google Analytics merupakan layanan analisis situs web yang disediakan secara gratis oleh Google yang memberi wawasan bagaimana pengguna menemukan dan menggunakan situs web. Fungsi Google Analytics dapat menyaring dan mengurutkan pengunjung dari puluhan dimensi dari mana pengunjung berasal, browser apa yang digunakan, dan halaman apa saja yang dikunjungi klik (Shivar, 2020, para. 2-3).

Dengan Google Analytics, penulis dapat terbantu untuk membuat keputusan berdasarkan data, Google Analytics dapat

mengategorikan data kedalam tiga kategori utama yaitu (Shivar, 2020, para. 16-79):

1. Perolehan (Acquisition)

Akuisisi mengacu pada bagaimana pemilik web dapat melihat alur lalu lintas pengunjung dalam web, hal ini berguna untuk memberikan data yang paling penting yaitu dari mana pengunjung mengetahui situs web datang. Hal ini dapat membantu pemilik web untuk mengidentifikasi dan mengambil keputusan tentang dimana pemilik harus mempromosikan kontennya.

2. Perilaku (Behavior)

Laporan perilaku adalah untuk melihat apa yang dilakukan pengunjung disitus web pemilik, dengan menggunakan laporan ini dapat membantu kinerja konten situs dan menentukan apakah pengunjung mengambil tindakan yang pemilik inginkan. Dalam laporan perilaku Google Analytics dapat menampilkan beberapa fitur antara lain, apa yang pengunjung lakukan dalam web, laporan bagaimana pengunjung berinteraksi dengan beragam halaman, melihat kecepatan pada saat memuat halaman, melihat pengunjung menggunakan fungsi pencarian, dan interaksi apa aja yang dilakukan oleh pengunjung.

3. Konversi (Conversion)

Konversi digunakan untuk melihat bagaimana seseorang terkonversi dalam sebuah situs, untuk meningkatkan konversi. Dalam Google Analytics membagi konversi menjadi sasaran e-commerce, corong multichannel, dan atribusi.

Dengan menggunakan Google Analytics tentunya dapat membantu penulis melihat apa yang menjadi daya tarik audiens dalam mengunjungi web *Jurnalku.id* dan akan membantu penulis untuk menganalisis serta mengembangkan *Jurnalku.id* dimasa yang akan datang.

2.2.15 Metode Focus Group Discussions dalam Tahapan Evaluasi

Focus Group Discussions (FGD) atau diskusi kelompok terarah merupakan penelitian kualitatif. Seperti namanya, metode ini melibatkan isu-isu spesifik dengan kelompok orang yang telah ditentukan untuk berpartisipasi (Hennink, 2014, p. 1).

Karakteristik FGD biasanya memiliki beberapa karakteristik antara lain (Hennink, 2014, p. 1-2):

1. Kelompok biasanya terdiri dari 6-8 peserta. Namun, bisa juga 5-10 peserta bergantung pada tujuan penelitian.
2. Peserta terpilih memiliki latar belakang yang sama atau pengalaman yang sama terkait masalah penelitian.
3. Diskusi difokuskan membahas topik tertentu atau terbatas jumlah masalah.

4. Tujuannya bukan untuk mencapai kesepakatan, tetapi untuk mengungkapkan berbagai perpektif dan pengalaman.
5. Diskusi antar peserta untuk menghasilkan tipe data yang unik.
6. Diskusi dipimpin oleh moderator.
7. Pertanyaan yang diajukan moderator dirancang dengan cermat untuk merangsang diskusi.
8. Lingkungan diskusi harus nyaman agar peserta tidak terasa mengancam dan takut dihakimi

Tujuan terpenting dari FGD adalah untuk mengidentifikasi berbagai perspektif mengenai topik penelitian dan untuk mendapat pemahaman tentang masalah-masalah dari peserta (Hennink, 2014, p. 2).

Menurut Fern dalam buku Focus Group Discussions menemukan bahwa FGD dapat menghasilkan data 70 persen hasil yang sama dengan serangkaian wawancara mendalam dengan orang yang sama. Sehingga, FGD menghasilkan berbagai data dengan sangat cepat (Hennink, 2014, p. 2).

Jurnalku.id akan menggunakan FGD karena dinilai lebih cepat dalam menghasilkan data. Sehingga, perkembangan dari hasil data yang memungkinkan, dapat diterapkan dalam *Jurnalku.id*.

2.2.16 Metode *Alpha Testing* dan *Beta Testing* di *Jurnalku.id*

Tentunya dalam merilis sebuah *website* baru memerlukan pengujian untuk menghindari bug. Terdapat dua jenis pengujian software yang dilakukan oleh penulis, yaitu *alpha testing* dan *beta testing*.

Alpha testing adalah pengujian yang dilakukan oleh tim internal sebelum dirilis ke pelanggan, pengujian *alpha testing* berfokus untuk menemukan bug, masalah kegunaan, kesenjangan fitur, dan masalah kompatibilitas yang dilakukan oleh tim terlibat untuk mengevaluasi kualitas dan stabilitas produk, hasil evaluasi akan dijadikan sebagai saran untuk meningkatkan kinerja (softwaretestinghelp, 2020, para. 1-4).

Kegunaan dari *alpha testing* adalah tahap awal dalam pengembangan siklus perangkat untuk memberikan wawasan yang lebih baik ke dalam suatu produk (softwaretestinghelp, 2020, para. 5).

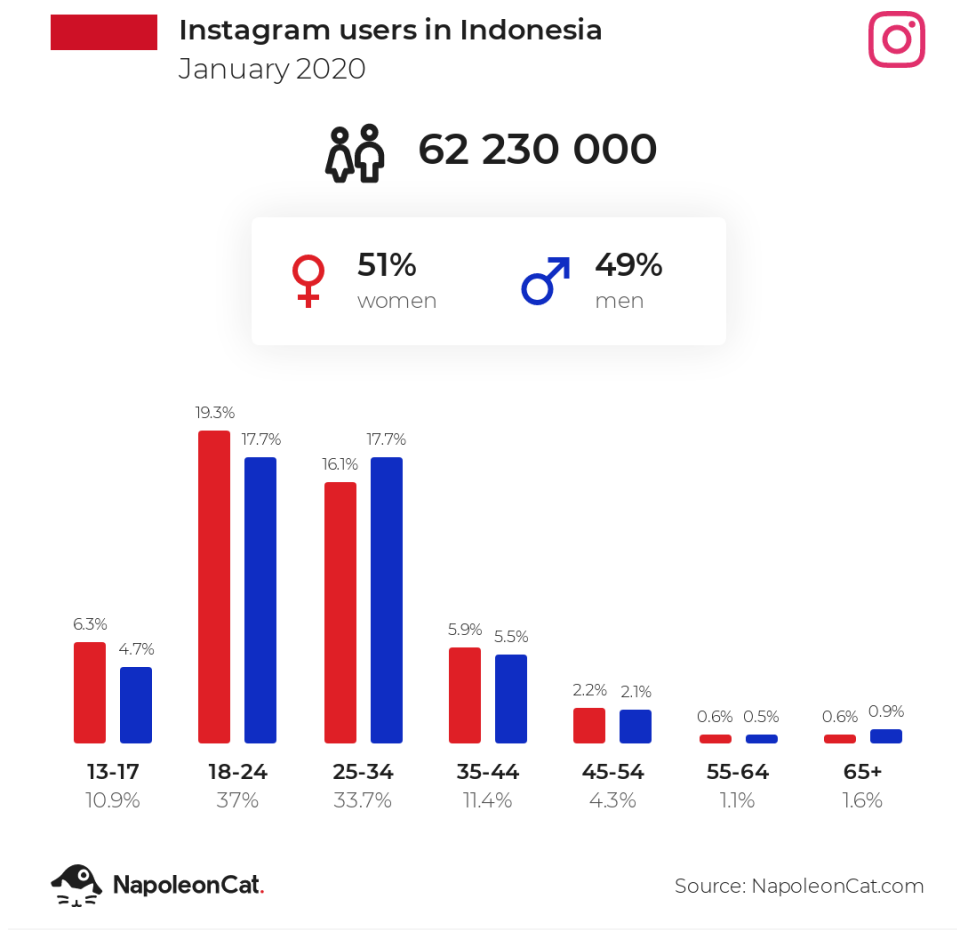
Beta testing adalah pengujian permintaan yang dapat menambah nilai produk ketika pengguna memvalidasi produk untuk fungsionalitas, kegunaan, keandalan dan kompatibilitas. Input yang diberikan oleh pengguna akhir juga akan membantu untuk meningkatkan kualitas produk lebih lanjut dan mengarah pada keberhasilannya. Pengalaman produk yang diperoleh oleh pengguna akhir kemudian diminta umpan balik tentang desain, fungsi dan

kegunaan. Sehingga, dapat membantu dalam menilai kualitas produk (softwaretestinghelp, 2020, para. 1-2).

2.2.17 Instagram sebagai Media Promosi

Instagram sudah berdiri sejak 2010, merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan video. Kata Instagram berasal dari kata “Instan” dan “Telegram” yang berarti foto instan atau biasa dikenal sebagai polaroid (Sendari, 2019, para. 4-5).

Gambar 2.3 Statistik Pengguna Instagram di Indonesia



Sumber: napoleontcat.com

Selama berdiri, hingga bulan Januari 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 62.230.000 yang berarti sebesar 22,8% dari total penduduk Indonesia menggunakan Instagram. Pengguna bermayoritas 51% wanita dan 49% pria (Napoleoncat, 2020).

Pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh pengguna direntang usia 18-34 tahun, atau sekitar 70,7% dari total keseluruhan pengguna Instagram di Indonesia. Data ini menarik penulis untuk melakukan promosi melalui Instagram, dan menggunakan fitur promosi yang ada berada di Instagram. Hal ini dinilai dari target pengguna dalam *Jurnalku.id* yang dimulai dari usia 18-30 tahun dan sangat cocok dengan statistik pengguna dominan di Instagram.

Tanpa beralasan, penulis memanfaatkan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk beriklan, faktor yang penulis pertimbangkan antara lain pertumbuhan pengguna yang paling cepat, penggunaan Instagram dengan rata-rata 50 menit per hari, 75% pengguna melakukan tindakan (mengunjungi situs, mencari, atau memberi tahu teman) setelah melihat postingan Instagram, iklan di Instagram menggunakan penargetan audiens (terdeteksi lokasi, demografi, minat, perilaku, target audiens, dan lainnya), pengiklanan di Instagram memiliki 2,8 kali lebih banyak dari penilaian Nielsen untuk iklan *online* (Lua, 2020, para. 11).

Penulis tertarik untuk beriklan di Instagram karena penulis dapat menentukan perilaku dan usia pengguna untuk mendapatkan

iklan. Selain itu, penulis juga dapat menentukan harga iklan yang akan penulis keluarkan sesuai dengan budget yang ada. Sehingga, dengan biaya yang tidak besar. Namun, dengan beriklan di Instagram penulis dapat langsung beriklan sesuai dengan target pasar yang ditentukan.